

## РОЗВИТОК ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ: ТУРИСТСЬКА ІНФРАСТРУКТУРА

*Пугач М.С.*

*Науковий керівник – Писаревський І.М., д-р екон. наук, професор*

Головним чинником ефективного використання туристських об'єктів, рекреаційних ресурсів є наявність туристичної інфраструктури. Туристична інфраструктура – це сукупність штучно створених об'єктів, побудованих для загального користування за рахунок державного інвестування (готелі, автомобільні та залізничні дороги (шляхи), пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи, зв'язок тощо). Послуги інфраструктури та зв'язують різні сектори туристичної галузі, включаючи кінцевого споживача [1].

Туристична інфраструктура – це сукупність підприємств й інституцій, які є територіальним, матеріальним і організаційним підґрунтям розвитку туризму. Вона охоплює чотири основні елементи: об'єкти розміщення, харчування, супутню та комунікаційну сферу.

Останні 10-15 років в Україні спостерігається швидкий розвиток елементів туристичної інфраструктури, що декілька уповільнився в останні 2-3 роки. Основою такого розвитку є ефективні інвестиції. На наш погляд, державне інвестування повинно відбуватися в рамках великих інвестиційних проєктів, наприклад формування транспортної інфраструктури, будівництво крупних об'єктів та споруд, підготовка інфраструктури систем життєзабезпечення для реалізації проєктів освоєння нових рекреаційних територій, тощо. Регіональне фінансування туристської інфраструктури, з одного боку, є продовженням або доповненням державного фінансування, а з іншого, самостійне фінансування об'єктів регіонального значення.

Державно-приватне партнерство може реалізовуватись у концесійних проєктах, що дозволяє залучати приватні інвестиції у великі проєкти та вирішує ряд законодавчих) [2].

Важливішим завданням розвитку туризму є розвиток туристичної інфраструктури і об'єктів туристичного інтересу, включаючи засоби розміщення, конференц-зали, виставкові центри, транспорт, громадське харчування, торговельне обслуговування туристів. Це завдання, пов'язане з реалізацією інвестиційних проєктів з реконструкції існуючих і будівництва нових об'єктів інфраструктури туризму, реконструкції та реставрації пам'яток тощо. У довгостроковій перспективі вирішення цього завдання повинно дати стратегічно важливі результати. Доцільним є залучення великих міжнародних компаній, що володіють мережами готелів.

Відповідно до цільового ринку, необхідно перетворити Харків на центр ринкової інфраструктури та ділових послуг: конгресних, торговельно-посередницьких і розподільних, кредитно-фінансових і страхових, консультаційних і маркетингових; регіональний і національний центр освіти й науки, науково-технічних розробок та інноваційної діяльності (розроблення та впровадження нових технологій і матеріалів) тощо.

Розвиток туристичної інфраструктури здійснить визначений мультиплікативний вплив на розвиток інфраструктури міста загалом, а також на інші галузі економіки міста. Таким чином, можна зазначити, що туристична інфраструктура є значним чинником розвитку туристського потенціалу Харківського регіону.

1. Дишловий І.М. Особливості функціонування регіонального рекреаційно-туристичного кластеру та його регулювання / І.М. Дишловий // Економіка і управління. – 2010. – № 6. – С. 69-76.

2. Ткаченко Т.І. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко, С.Ф. Мельніченко, М.Г. Бойко; за ред. А. Мазаракі. – Київ: Київський нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 596 с.

## **ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

***Бабич В.О.***

*Науковий керівник – Оболенцева Л.В., канд. екон. наук, доцент*

Для забезпечення результативної і стабільної роботи у майбутньому кожна організація повинна визначити чіткі цілі, які вимагає від Науковий керівників вибрати напрям дій для їх досягнення, що можна здійснити за допомогою стратегічного управління. Саме тому дослідження теми стратегічного менеджменту завжди залишається актуальним.

На початку ХХ ст. було створено школу наукового менеджменту, а з часом була створена класична школа управління. Ці дві школи виокремлювали планування, як основну функцію управління підприємством. Зазвичай, планування було короткостроковим і базувалося на стабільності зовнішнього середовища і ресурсного потенціалу підприємства. Подальші роки характеризували ринок, як перенасичений товарами, що згодом призвело до необхідності появи довгострокового планування та управління, яке націлене на майбутнє. Тобто, старий підхід, який базується на концепції стратегічного планування, зародив стратегічний менеджмент.

Відомий науковець, І. Ансофф розрізняє стратегічне планування від стратегічного менеджменту. Він вважає, що стратегічне плануван-